



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB  
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS  
– FATECS

**CAMILA GRIGUC DE CARVALHO**

**JORNALISMO COMUNITÁRIO:  
A FUNÇÃO SOCIAL DA PROFISSÃO**

Brasília

2012

**CAMILA GRIGUC DE CARVALHO**

**JORNALISMO COMUNITÁRIO:  
A FUNÇÃO SOCIAL DA PROFISSÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao curso  
de Comunicação Social com  
habilitação em Jornalismo do  
Centro Universitário de Brasília –  
UniCEUB, como um dos  
requisitos para obtenção do grau  
de Bacharel em  
Jornalismo.  
Orientadora: professora Katrine  
Boaventura

Brasília

2012

# **CAMILA GRIGUC DE CARVALHO**

## **JORNALISMO COMUNITÁRIO: A FUNÇÃO SOCIAL DA PROFISSÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao curso  
de Comunicação Social com  
habilitação em Jornalismo do  
Centro Universitário de Brasília –  
UniCEUB, como um dos  
requisitos para obtenção do grau  
de Bacharel em  
Jornalismo.

Orientadora: professora Katrine  
Boaventura

### **Banca Examinadora**

---

Professor Katrine Boaventura  
Orientadora

---

Professor Luiz Cláudio Ferreira  
Examinador

---

Professora Claudia Busato  
Examinadora

Brasília

2012

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus em primeiro lugar, que colocou as pessoas certas na minha vida, me permitindo realizar todos os meus sonhos, nunca me deixando na mão.

Aos meus pais, que são também meus melhores amigos. Por nunca deixar que eu desista dos meus sonhos e sempre lutarem comigo. Minha mãe foi quem me ensinou a amar o próximo, a fazer o bem sem olhar a quem. A mulher com mais força e leveza que existe no mundo. Meu pai, quem sempre me socorreu, sempre foi meu ombro amigo, sempre cuidou para que tudo na minha vida desse certo.

Aos meus irmãos, que mesmo com tantas diferenças, me ajudam a enfrentar dificuldades, estão do meu lado em todos os momentos e me ensinaram o significado de parceria e amor verdadeiro.

Aos meus amigos, que são os melhores deste mundo. Por toda a paciência nos momentos em que mais precisei. Em especial a Beatriz Coelho, Nathalia Coelho, Isadora Pastrana, Raquel Ornelas, Camyla Braz, aquelas em que confio e que me ajudaram em todos os momentos de desespero, tanto da vida, quanto do TCC.

Aos amigos que conheci na faculdade e quero levar para sempre comigo. Andressa Dytz, Camila Alcides, Natalia Godoy, Gabriella Kolling, Ludmyla Rodrigues e Isabella Tonhá. Foram algumas das protagonistas dos meus anos da faculdade, com quem dividi alegrias e tristezas, com quem tive o prazer de conviver na melhor época da minha vida.

Ao meu amigo, grande companheiro no jornalismo e em conversas da vida, Vinícius Werneck, com quem tenho uma identificação singular e com quem ainda quero viver muitas histórias. Também ao amigo que o jornalismo me deu de presente, Rafael Miller, companheiro de TCC, de longas conversas, de lágrimas, de abraços, de histórias que jamais esquecerei. Um amigo que entrou na minha vida por acaso, e que vai ficar pra sempre.

Ao meu namorado e parceiro Daniel Timm, que foi de extrema importância durante este projeto. Por toda a ajuda, paciência, carinho e atenção. Por ter me agüentado e segurado a minha mão nas horas mais difíceis. Todo o apoio que precisei, encontrei nele. Por ter sido o melhor namorado do mundo, no momento em que eu mais precisei.

A professora Cláudia Busato, pela orientação e ajuda durante o pré-projeto, por todas as dicas valiosas, e por aceitar o convite para compor a banca examinadora deste projeto.

Ao professor Luiz Cláudio, que sem dúvida alguma é um dos motivos pelo qual faço jornalismo com amor. Que me ensinou a ser apaixonada pela profissão, a dar o melhor de mim em tudo que faço, é quem me motivou durante os últimos semestres, quem não me deixou desistir quando achei que não conseguiria chegar até aqui.

A minha professora e orientadora Katrine Boaventura, por ter acreditado no meu projeto e topado ir até o fim. Por ser um exemplo de integridade e dedicação em todos os momentos em que convivemos. Por todo o apoio e pelas críticas construtivas que só me fizeram crescer.

Aos editores Aline Santiago e Samuel, por toda a paciência e boa vontade em colaborar com este projeto. Por serem profissionais de confiança e emprestarem todo o talento ao nosso trabalho. Afirmando com certeza que esse trabalho não seria possível sem a competência dos dois, tive sorte em tê-los do meu lado.

A todos os profissionais de jornalismo que tive a oportunidade de conhecer e trabalhar durante os meus estudos. Em todos os estágios que fiz, conheci pessoas dignas e que fazem jornalismo apaixonadas, tive sorte, mais uma vez, em absorver conhecimentos de todos eles. Com certeza, foram estes que despertaram em mim, amor ainda maior a minha profissão.

***“Ouça: respeite você mais do que aos outros, respeite suas exigências, respeite mesmo o que é ruim em você – respeite sobretudo o que você imagina que é ruim em você – pelo amor de Deus, não queria fazer de você uma pessoa perfeita – não copie uma pessoa ideal, copie você mesma – é esse o único meio de viver”. Clarice Lispector, livro: “Clarice, Benjamim Moser”***

## RESUMO

O documentário **JORNALISMO COMUNITÁRIO: A função social da profissão** é um projeto experimental na modalidade produto de comunicação referente ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Jornalismo. O documentário se destina a todas as pessoas que se interessarem pelo assunto jornalismo comunitário. O trabalho traz um pouco dos bastidores de quem trabalha diariamente com pautas comunitárias em telejornais locais, e depoimentos de quem pesquisa o assunto. O foco é entender como o trabalho é realizado, e quando o tema começou a ser explorado por emissoras e jornalistas no Brasil. A ideia do documentário nasceu no final de dezembro de 2011 e toda a apuração e imagens do projeto foram feitas ao longo dos meses de fevereiro, março, abril e maio de 2012. No geral, o conteúdo do produto está relacionado a temas como serviços sociais, comunidade, ética e linhas editoriais. O projeto também valoriza a estética das imagens a fim de tentar ser fiel ao máximo a todas as informações coletadas.

**Palavras-chaves:** Comunidade, Telejornalismo, Serviço Público.

## SUMÁRIO:

<b>1 TEMA.....</b>	<b>8</b>
<b>2 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
2.1 História do jornalismo cívico.....	8
2.2 O jornalismo cívico.....	9
<b>3 OBJETIVO.....</b>	<b>11</b>
3.1 Geral.....	11
3.2 Específicos.....	11
<b>4 ANTECEDENTES.....</b>	<b>11</b>
<b>5 JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>13</b>
<b>6 DESENVOLVIMENTO.....</b>	<b>15</b>
6. 1 O jornalismo comunitário.....	15
6.2 O jornalismo Público no Brasil.....	16
6.3 Teoria do Newsmaking.....	17
6.4 O valor notícia do jornalismo comunitário.....	19
6.5 O serviço do jornalismo comunitário.....	19
6.6 O serviço público e o lucro das empresas jornalísticas.....	20
6.7 Impacto na Comunidade.....	22
<b>7 PRODUÇÃO.....</b>	<b>22</b>
<b>8 CONCLUSÃO.....</b>	<b>26</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	





## 1 TEMA

Qual a relação entre o telejornalismo local de Brasília e as comunidades em que atua?

## 2 INTRODUÇÃO

### 2.1 História do jornalismo cívico:

Neste trabalho, que enfoca o jornalismo comunitário, é importante contextualizar quando a mídia começou a se preocupar com a participação da comunidade em suas notícias. É necessário entender as raízes desse modelo jornalístico para entender os seus objetivos e caminhos.

Segundo Santos (2007) afirma em seu estudo sobre o jornalismo cívico, o termo *Civic Journalism* apareceu pela primeira vez no fim da década de 80, quando foi idealizado pelo editor do jornal americano *The Wichita Eagle*, Davis Merritt. O jornalista que na época comandava um jornal pequeno no estado do Kansas não imaginava, mas ao criar o termo, mudou o curso da história da imprensa americana com uma prática jornalística que revolucionaria a profissão.

Foi um chacoalhar que levantou um pó acumulado ao longo de quase 30 anos, já que, no começo dos anos 60, havia ocorrido a última grande revolução jornalística em termos de escrita, quando os literatos Norman Mailer, Truman Capote e Gay Talese trouxeram para as redações seu New Journalism, que pregava o uso de elementos da literatura em reportagens. (SANTOS, 2007)

Tudo começou, segundo Santos, após a cobertura da campanha presidencial americana de 1988, entre o republicano George Bush, o vencedor, e o democrata Michael Dukakis, que na opinião de Merritt deveria ter sido feita de maneira diferente. Para o editor o papel da mídia era de levantar discussões mais sérias sobre os temas que envolviam a coletividade, pois este era o interesse dos leitores. No início do ano de 1990, antes de iniciar o pleito eleitoral para governador do estado do Kansas, Merritt publicou no *Wichita* os planos para a cobertura das eleições estaduais.

Cremos que os eleitores têm o direito de que os candidatos abordem os temas em profundidade... (e os leitores terão) a oportunidade de compreender, em detalhes, os pontos de vista dos candidatos acerca dos assuntos de maior importância para o Estado do Kansas (apud SANTOS, 2007).

O próximo passo foi lançar de um projeto que tinha como objetivo aumentar a participação do público nas eleições. A ideia foi realizar uma pesquisa com a população local para descobrir os dez temas considerados mais importantes pelos habitantes da região. Com a apuração, o *Wichita* começou a produzir matérias especiais, detalhando informações e análises sobre cada um dos tópicos eleitos. Santos afirma ainda em seu estudo que o jornal também disponibilizou um espaço semanal dedicado para que os candidatos expusessem pensamentos a respeito de cada tema. A ação levou um total de dez semanas, com conteúdos especiais sendo impressos exclusivamente aos sábados.

Fundava-se aí uma nova visão do que podia ser o noticiário de imprensa, em especial na mídia impressa, berço do Civic Journalism e base de seu sustento até hoje. Um amplo estudo divulgado no final de 2002 pelo Pew Center for Civic Journalism, mais importante órgão de pesquisa e incentivo do tema nos Estados Unidos, confirma isso: o Jornalismo Público (termo que pode ser aplicado em uma tradução livre à língua portuguesa) teve as campanhas eleitorais como ponto de partida, com diários interioranos alavancando essa corrente da imprensa. Com o passar dos 3 anos, diz o documento, jornais das regiões metropolitanas começaram a se destacar nesse processo, assim como ocorreu o incremento no uso de novas tecnologias na difusão dos programas e das repercussões cívicas alcançadas (SANTOS, 2007).

O estudo publicado pelo *Pew Center*, comandado por Lewis Friedland e Sandy Nichols, intitulado “Measuring Civic Journalism’s progress: *a report cross a decadeo factivity*” indicou que 20% dos jornais americanos tiveram ações cívicas. Os dados obtidos na pesquisa indicaram uma grande repercussão do *Civic Journalism*, o que foi um marco para os defensores da nova modalidade comunicativa.

## 2.2 O jornalismo cívico

Para começar o estudo sobre o jornalismo comunitário é preciso entender historicamente como, e por que, o jornalismo começou a trabalhar com os conceitos de cidadania e serviço público. Segundo Traquina (2001), o

movimento que deu início a esse jornalismo foi o *civic journalism* (jornalismo cívico).

O movimento impulsionou o questionamento de conceitos fundamentais do jornalismo, e propôs uma nova atitude no relacionamento da imprensa com a população. Aqui o jornalismo passa de observador para ativista. Traquina explica que o jornalismo cívico possui outras variações de nome, podendo ser chamado de jornalismo público, jornalismo de serviço público ou jornalismo comunitário. Neste trabalho o chamaremos de jornalismo comunitário.

Da crítica incessante e implacável dos mídia, com particular ênfase na análise da cobertura noticiosas dos processos eleitorais, emergiu nos Estados Unidos, nos fins dos anos 80, um movimento importante de polêmico que defende um “novo jornalismo”. O “novo jornalismo” é conhecido por diferentes nomes: “jornalismo comunitário” (Craig, 1995), “jornalismo de serviço público (Sherpard, 1994); “jornalismo público” (Rosen, 1994; Morritt, 1995) e “jornalismo cívico” (Lambeth e Craig, 1995) (TRAQUINA, 2001, p.180).

Um dos pontos defendidos pelos pioneiros deste modelo de jornalismo é o afastamento (*detachment*). Ray Rosen, também estudioso e ativista do movimento, defende em seu livro “*Getting the connections right*” (1996), que os jornalista devem esquecer suas identidades como cidadãos. Para ele, o jornalismo cívico deve:

Quebrar com velhas rotinas, um desejo de estar ligado de novo com os cidadãos, e suas preocupações, uma ênfase na discussão séria como atividade principal na política democrática, e um foco nos cidadãos como atores do drama político em vez de espectadores. (TRAQUINA, 2001, p.180, 181).

Entre os papéis do jornalismo comunitário, a função de construir a cidadania está entre as mais importantes. O conceito afirma que o jornalismo é um instrumento público, do cidadão. O trabalho do jornalista é com a sociedade. Mas aqui cabe um questionamento: é possível, em uma sociedade onde a imprensa é uma empresa ou está ligada a grandes grupos financeiros, manter este compromisso e a sua autonomia?

### **3 OBJETIVOS**

#### **3.1 GERAL**

Produzir um documentário em vídeo, mostrando o dia a dia do repórter de telejornal local que cobre pautas comunitárias. Não pretendemos analisar o produto ou a recepção, a análise feita será sobre a produção em si. Queremos com isso, questionar se o telejornalismo comunitário dos jornais locais presta serviço à comunidade.

#### **3.2 ESPECÍFICOS**

Entender mais sobre o telejornalismo local e os serviços que eles prestam para a população;

Buscar fontes para falar desse serviço. Pessoas que estejam diretamente ligadas com a produção. Especialistas, editores, repórteres, e líderes comunitários;

Pesquisar sobre a área de jornalismo comunitário. Compreender seus formatos, seu sistema de trabalho, suas falhas e seus protagonistas;

Mostrar os conhecimentos jornalísticos adquiridos e acumulados ao longo do curso de Jornalismo produzindo um documentário de qualidade;

Garantir que o documentário possua itens fundamentais relacionados às teorias do jornalismo: o debate entre fontes opostas, a imparcialidade e a credibilidade.

### **4 ANTECEDENTES**

Sempre gostei da área audiovisual, quando escolhi comunicação social como o curso para me graduar já pensava em produtos de vídeo. Documentários dos mais diversos tipos sempre me chamaram atenção, em uma aula de fotojornalismo do terceiro semestre de curso assistimos ao documentário “Janela da alma”, de João Jardim e Walter Carvalho, e nele eu

entendi que poderia explicar qualquer assunto por meio de imagens. Decidi que não importava o assunto, meu trabalho final seria em vídeo.

Segundo Bill Nichols, em seu livro Introdução ao Documentário:

A voz do documentário pode defender uma causa, apresentar um argumento, bem como transmitir um ponto de vista. Os documentários procuram nos persuadir, ou convencer, pela força de seu argumento, ou ponto de vista, e pelo atrativo, ou poder, de sua voz. A voz do documentário é a maneira especial de expressar um argumento ou uma perspectiva. Assim como a trama, o argumento pode ser apresentado de diferentes maneiras (NICHOLS, 2007, P.73).

Uma das dificuldades encontradas foi a dúvida entre um documentário e uma grande reportagem. Porém, como o assunto envolve bastante teoria e escolhemos trabalhar o tema observando apenas quem faz o jornalismo comunitário, e não a mensagem que é transmitida, ou quem recebe, decidimos que um documentário consegue transmitir melhor o ponto de vista abordado.

O fato de os documentários não serem uma reprodução da realidade dá a eles uma voz própria. Eles são uma representação do mundo. A voz do documentário é, portanto, o meio pelo qual esse ponto de vista ou essa perspectiva singular se dá a conhecer (NICHOLS, 2007, p.73).

Sendo assim, como o tema escolhido trata de um ponto de vista, achamos que apenas escrever sobre ele não conseguiria passar a ideia que desejamos. O jornalismo é uma atividade prática e que envolve muita ação no dia a dia, só quem pratica a atividade ou está diretamente ligado a ela consegue entender o dinamismo e, para nós, um documentário com ação e com imagens que representem essa atividade seria a forma ideal de expressarmos a nossa ideia.

Surgiu, então, outra dúvida, como demonstrar se o telejornalismo local presta serviço a comunidade por meio de imagens? Como podemos mostrar esse serviço na prática, colocando a nossa visão pessoal o mais longe possível das imagens? Decidimos buscar imparcialidade e fidelidade ao máximo. Com ajuda da nossa orientadora, e do professor Luiz Cláudio, conseguimos pensar em imagens que ilustrassem nosso tema. Decidimos então que mostraríamos os bastidores de quem realiza o jornalismo comunitário no dia a dia, lidando diretamente com o público e o local: o jornalista.

Discutimos o tema, e encaixamos as nossas ideias de imagens, com as ideias propostas pela orientadora e chegamos a um consenso. Decidimos fazer um produto de vídeo que mostre os bastidores do telejornalismo comunitário local intercalado com especialistas e estudiosos do assunto aprofundando o tema.

## **5 JUSTIFICATIVA**

Primeira dúvida: por onde começar a estudar a participação do público na imprensa? Traquina (2001) argumenta que um dos motivos que levou jornalistas, editores e estudiosos da mídia a perceberem que precisavam ter utilidade e envolvimento direto com a vida do público foi advinda de uma onda de descredibilidade da população em relação à mídia.

Ainda sobre o tema, Martins (2001) afirma que o jornalismo comunitário não se trata apenas de uma campanha. Não é simplesmente fazer séries de reportagens sobre problemas sociais, e sim adotar as causas públicas e agir a favor delas.

Martins fala também que o jornalismo comunitário surge da vontade de jornalistas, e envolvidos na produção do jornal para prestar um serviço para a sociedade. Segundo ele, existem jornalistas e empresas que não se contentam apenas em noticiar os fatos. Esses querem se envolver, buscar soluções, criar laços com os cidadãos e comunidades. Esses meios de comunicação buscam utilizar estratégias para se manterem próximos do público.

(...) é o cuidado de com que grande parcela dos editores tratam as matérias jornalísticas, agregando valores sociais aos valores-notícia comuns e incorporando às matérias boxes de informações, serviços, telefones, e-mails, sites e outros elementos úteis para que os leitores interessados tenham como procurar apoio. É o que se poderia chamar de agregar aos problemas sociais um entorno institucional. Se uma reportagem fala do alcoolismo e suas conseqüências, o serviço prestado pelo veículo ficará ainda mais completo se indicar os telefones da Associação dos Alcoólicos Anônimos e de atendimentos públicos especializados (MARTINS, 2001).

A informação é um dos elementos fundamentais para que um indivíduo possa exercer sua cidadania. Ele precisa conhecer seus direitos e deveres para exigí-los e contestá-los. A imprensa é o meio que fornece informações

para os cidadãos, assim, dando para eles, a oportunidade de expor as suas necessidades para os responsáveis pelas decisões, que afetam a vida da sociedade (CURADO, 2002).

De acordo com Curado (2002) as informações passadas pela mídia devem produzir na comunidade um sentimento de inclusão social ou política, “aumentado a nossa consciência acerca do que se passa nas nossas cercanias ou alhures”.

Na visão do jornalista Davis Merritt, o jornalismo e a democracia precisam ter uma relação de dependência. Para ele, o jornalismo deve ser uma força fundamental na revitalização da vida pública. E para isso acontecer, segundo Merritt, é preciso acontecer uma grande mudança. “Temos que esclarecer os nossos valores, realizar o verdadeiro contexto do nosso trabalho, e começar a olhar para nós duma maneira diferente” (TRAQUINA, 2001, p.177).

A imprensa tem um papel fundamental na comunidade, ela explica e coloca em ordem as informações que a sociedade tem sobre o mundo.

A imprensa nos ajuda a definir nossas comunidades, nos ajuda a criar uma linguagem e conhecimentos comuns com base na realidade. O jornalismo também ajuda a identificar os objetivos da comunidade, seus heróis e vilões. (KOVACH, ROSENTIEL, 2003, p.31).

Além disso, para Kovach e Rosentiel, “A imprensa funciona como um guardião, tira as pessoas da letargia e oferece uma voz aos esquecidos”. Daí a importância do jornalista e participantes da construção da notícia saberem o tamanho da responsabilidade que carregam ao se colocarem como informantes da sociedade.

## 6 DESENVOLVIMENTO

### 6.1 O jornalismo comunitário

De acordo com Amaral (2006) existem dois tipos de jornais, o de referência, que são os que tratam de política, economia, e assuntos de interesse público de uma forma mais séria, e voltada para uma parcela da população com mais estudo e mais poder aquisitivo; e existem também os jornais comunitários, feito para pessoas com menos poder aquisitivo, que busca mostrar histórias e encontrar soluções para os problemas cotidianos, se aproximando do público e utilizando uma linguagem mais popular.

Segundo Amaral, o jornalismo comunitário vende mais, porém o jornalista precisa tomar certo cuidado e estabelecer limites para que seja feito da forma a servir realmente a população. Esses cuidados envolvem linguagem, enquadramento, fontes ouvidas e as pautas escolhidas.

É importante que o jornalista tenha noção das fronteiras que separam os jornais considerados de referência e os jornais populares, para saber como posicionar-se numa redação do segmento popular. Os limites entre os dois tipos de imprensa são difíceis de serem estabelecidos, mas com paciência é possível notar as diferenças que existem nas pautas apresentadas, nas fontes escolhidas, nos pontos de vista adotados e na linguagem usada (AMARAL, 2006 p. 51).

Amaral explica que a lógica nestes meios é destacar notícias que tenham ligações diretas com o cotidiano da comunidade ou sejam mais dramáticas, com poder para tocar as pessoas. Para ela, fica evidente que esse jornalismo tem como objetivo defender o interesse da maioria e informar aos cidadãos os direitos e deveres da comunidade.

O jornalismo é uma atividade cuja imagem é de defender o interesse público, de estar direcionando ao bem-estar social e de não se submeter aos interesses particulares, embora a atividade jornalística seja condicionada historicamente por fatores sociais e econômicos e tenha as marcas da transformação do jornal em mercadoria ao longo da história. Do ponto de vista dos jornalistas, a notícia é mercadoria por acréscimo, pois se configura, antes de tudo, em informação relevante publicamente (AMARAL, 2006 p. 54).

Outro ponto abordado por Amaral (2006 p. 57) é que a relação que envolve o jornalista e seu público é construída com base na confiança que a



comunidade cria nos jornalistas populares. Eles fazem seu trabalho já visando o envolvimento com o público, organizam seu formato já com essa pretensão.

Os jornais populares constroem sua legitimidade de outros parâmetros, relacionando-se de uma forma peculiar com o mundo do seu público leitor. Precisam falar do universo do seu público-alvo, adotam uma estética pragmática, sem levar em conta se as informações são do âmbito do privado ou do entretenimento (AMARAL, 2006 p. 57).

Além disso, segundo a autora, os jornais populares são obrigados, por causa do mercado financeiro a recorrerem a recursos temáticos, estéticos e estilísticos que na visão de Amaral, fogem do discurso jornalístico tradicional.

## **6.2 O Jornalismo Público no Brasil**

Segundo Martins (2001), no Brasil o tema jornalismo comunitário ainda é pouco abordado. Alguns jornais já começaram a realizar esse jornalismo, mas ainda de um jeito “abrasileirado”, pois dependem muito do fator econômico para funcionar.

É o que tem feito o Correio Brasileiro com relação as suas ‘campanhas’ de Paz no Trânsito e Eu quero paz, a não ser o Correio venha a encerrar tais coberturas especiais, encarando-as como ‘campanhas’ com início, meio e fim. A TV Globo estará fazendo civic journalism se um programa como o Globo Comunidade (que em Brasília vai ao ar todos os domingos, às sete da manhã) não vier a ser cancelado de uma hora para outra por questões de audiência, patrocínio ou simples decisão de um novo chefe de sucursal. O civic journalism caracteriza-se pela existência e manutenção de um vínculo social por parte do veículo, ou, como o definiu Carlos Eduardo Lins e Silva (revista Imprensa, janeiro de 1997), “o jornalismo cívico é um elo entre os cidadãos e os problemas da comunidade (MARTINS, 2001).

Em outro artigo, sobre mídia e cidadania, Luciano Milhomem (2008) afirma que o Brasil de hoje está mais preocupado em se envolver com a população. Para ele, o país vive um momento simbólico, em que o estado e a sociedade estão em busca da erradicação de problemas sociais como subnutrição, violência, falta de moradia. Isso exige uma mobilização da sociedade.

Não por acaso, governo e sociedade têm realizado cada vez mais ações e atividades voltadas para a solução de velhas mazelas, sobretudo relacionadas ao desrespeito a direitos humanos básicos. Nem tudo tem êxito. Mas é inegável a tentativa de se promoverem mudanças. E, às vezes à frente, às vezes a reboque desse “espírito

do tempo", a imprensa apresenta-se como fundamental para o exercício da democracia e da cidadania (MILHOMEM, 2008).

Milhomem também afirma que o jornalismo com engajamento ainda é visto por alguns como um produto de qualidade duvidosa, pois ele expõe soluções e opiniões, o que pode parecer errado diante da ideia de neutralidade no jornalismo.

Assim prevalece a visão de que o jornalismo tem, inevitavelmente, responsabilidade social, seja quando se omite, seja quando assume posições. Afinal, a imprensa contribui, de forma significativa, para o estabelecimento de prioridades, seja no âmbito público, seja no privado (MILHOMEM, 2008).

Para Milhomem, os jornalistas precisam exercer de maneira positiva essa função que os veículos possuem de irradiar, reproduzir e formar mundivisões, por isso é fator decisivo para a formulação de políticas públicas sociais que ajudam a comunidade na construção da sua identidade.

### **6.3 Teoria do Newsmaking**

Segundo Pena (2005) a imprensa não reflete diretamente a realidade da comunidade, mas ajuda a construí-la. De acordo com a teoria do newsmaking as notícias informam com base na realidade, mas também ajudam a construir essa mesma realidade e possuem uma lógica que influencia diretamente este processo de construção.

Embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo (PENA, 2005, p129).

Pena afirma que os acontecimentos cotidianos são imprevisíveis, por isso as empresas jornalísticas precisam organizar de algum modo todas as informações que querem passar. Para isso é preciso estabelecer normas na hora de produzir notícias. Uma dessas normas é o critério de noticiabilidade, que se trata de operações e instrumentos para escolher entre todos os fatos o que vai virar notícia no jornal.

A noticiabilidade é negociada por repóteres, editores, diretores e outros atores do processo produtivo na redação. Sua aplicação baseia-se nos valores-notícia, que são os tais critérios e operações usados para definir quais acontecimentos são significativos e

interessantes para serem transformados em notícia (PENA, 2005,p.131).

Outra norma é a sistematização do trabalho jornalístico, segundo Pena. Ou seja, é preciso dividir tarefas dentro do jornal para que o processo funcione. A divisão é feita entre: pauteiros, repórteres e editores, cada um com sua função específica, mas no fim todas interligadas. Isso interfere diretamente em como as notícias serão passadas para o povo.

O pauteiro é o primeiro filtro, pois ele sugere as pautas que serão notícias para o jornal de acordo com os seus critérios. Os repórteres vão até a notícia e escolhem o enfoque que vão dar de acordo com o que observam no local. E ao chegar à redação, o editor escolhe as partes que irão ser passadas ao público, pensando na linha editorial do jornal, na lógica das notícias e no que considera a principal informação.

O valor notícia de cada fato também ajuda a sistematizar o trabalho em um jornal.

Eles são contextualizados no processo produtivo, adquirem significado e função, e tornam-se dados evidentes para os profissionais envolvidos no processo: o chamado senso comum das redações. Ou seja, qualquer jornalista sabe dizer o que é notícia e o que não é de acordo com esse senso comum (PENA, 2005, p131).

Porém, segundo Pena, é importante entender que essas normas estabelecidas para dar mais organização às notícias não são deterministas. Elas não são imutáveis. O jornalista, que interage diretamente com a sociedade, pode mudar alguns aspectos quando ele percebe que é necessário em determinados meios.

A rede de fontes, a capacidade de negociação e um talento para investigação são trunfos utilizados para demonstrar que o processo de produção das notícias é interativo. Depende das rotinas profissionais, mas também de iniciativas dos jornalistas e de demandas da sociedade, entre outros fatores (PENA, 2005, p 132).

No jornalismo comunitário, a construção das notícias é baseada fortemente nos fatores sociais e nas necessidades da comunidade em que o jornal atua. Porém, todos os critérios de noticiabilidade, característicos da teoria do newsmaking, estão envolvidos no processo de produção, e são

determinantes na hora de fechar uma matéria, e escolher as notícias que vão ser reproduzidas, como serão passadas para o público, e em que ordem isso acontecerá.

#### **6.4 O valor - notícia do jornalismo comunitário**

Para uma matéria jornalística ser produzida ela precisa ter relevância e é definida pelo seu valor-notícia.

Os valores-notícia são sistematizados de diversas maneiras pelos autores que estudam a sociologia da profissão jornalística. Não são valores fixos, variam e se misturam permanentemente. Mas são uma maneira de organizar a análise de como um fato é elevado ao estatuto de notícia em cada jornal (AMARAL, 2006 p. 62).

Amaral afirma que, no jornalismo comunitário existem critérios de noticiabilidade específicos.

Na imprensa popular, um fato terá mais probabilidade de ser noticiado se: possuir capacidade de entretenimento; for próximo geográfica ou culturalmente do leitor; puder ser simplificado; puder ser narrado dramaticamente; tiver identificação dos personagens com os leitores (personalização); for útil (AMARAL, 2006 p. 63).

Para uma notícia ser relevante no jornalismo comunitário, ela precisa ser útil para a população. Esse é um dos valores - notícias com mais importância do gênero. Segundo Márcia Franz este tipo de jornalismo tem um caráter pragmático:

Os programas e jornais precisam tornar-se imprescindíveis à vida do público. Para isso, utilizam-se da prestação de serviços. Os jornais ajudam os leitores a enfrentar burocracia, conseguir emprego, a defender seu dinheiro, a garantir seus direitos e fiscalizar a qualidade dos serviços públicos (AMARAL, 2006 p. 69).

#### **6.5 O serviço do jornalismo comunitário**

Kovach e Rosenstiel (2003) comentam a função do jornalista:

A finalidade do jornalismo não é definida pela tecnologia, pelos jornalistas ou pelas técnicas utilizadas no dia-a-dia. (...) os princípios e a finalidade do jornalismo são definidos por alguma coisa mais elementar – a função exercida pelas notícias na vida das pessoas (KOVACH, ROSENTIEL, 2003, p.30).

Desde o princípio, mesmo com a política e funções econômicas envolvidas, o jornalismo é uma atividade que precisa do público para sobreviver. “E apesar de todas as mudanças na velocidade, técnicas, e a natureza da difusão das notícias, sempre existiram uma teoria e uma filosofia claras do jornalismo, que fluem da própria função das notícias” (KOVACH, ROSENTIEL, 2003, p.30).

Christofoletti e Motta (2008) afirmam que a imprensa tem um papel fundamental na formação da visão de mundo da sociedade, e aos poucos a sociedade tem percebido que é participantes da mídia e que podem ter uma relação positiva no sentido de que a mídia pode ajudar o cidadão nos seus problemas cotidianos.

A mídia não vem apenas registrando as vertiginosas mudanças mundiais, mas também tem sido responsável por boa parte delas. A sociedade não apenas se deixa envolver pelos meios, como os reflete, adere ou descarta a sua influência. Mais complexa e amadurecida, a sociedade contemporânea reage ao noticiário, ao entretenimento, a abusos e a boas iniciativas da mídia. O público ainda não deixou sua posição de total passividade diante dos meios de comunicação, mas alguns movimentos vêm demonstrando a emergência de um novo pacto com a mídia. Uma relação mais efetiva, de maior diálogo (CHRISTOFOLETTI & MOTTA, 2008).

## **6.6 O serviço público e o lucro das empresas jornalísticas**

“O jornalismo é um negócio, e os gerentes da empresa devem manter o orçamento equilibrado e atrair os clientes” (KOVACH, ROSENTIEL, 2003, p.81). Por maior que seja a vontade e inclinação de um jornal para realizar um jornalismo comunitário, o jornal precisa de dinheiro para sobreviver, o jornalista precisa receber o seu salário e todos os outros membros da empresa também. Assim, surge a dificuldade de não deixar, ou diminuir ao máximo, a interferência econômica e política na mensagem passada para a sociedade.

O jornalista Fernando Pinto (2004) afirma que, no mundo mercadológico, o lucro das empresas jornalísticas é mais importante do que a sociedade.

A audiência da TV prevalece sobre a qualidade de sua programação, e os telespectadores tornam-se reféns do espetáculo. As pessoas ficam restritas a uma produção desenfreada de notícias superficiais e

sensacionalistas, sem ao menos poderem reagir aos ataques da TV comercial (PINTO, 2004).

Segundo Pinto, o remédio para esse problema é o envolvimento do jornalismo com o público, o jornalismo comunitário. Pois o telespectador encontra onde discutir, expor e solucionar seus problemas relativos a assuntos que envolvem a comunidade.

A televisão deixa de ser apenas um produto da indústria cultural, e passa a fazer parte de um ciclo de debates, do qual não só as "celebridades" participam, mas também o cidadão comum (PINTO, 2004).

Nesta mesma linha de pensamento, Kovach e Rosentiel (2003) afirmam que o jornalista tem uma responsabilidade diferente dos empregados de outros tipos de empresa.

O profissional da imprensa não é como os empregados de outras empresas. Ele tem uma obrigação social que na verdade pode ir além dos interesses imediatos de seus patrões, e ainda assim essa obrigação é a razão do sucesso financeiro desses mesmos patrões (KOVACH, ROSENTIEL, 2003, p.83).

Assim, é possível explicar como o jornalismo consegue exercer sua função de realizar um serviço para o público e, mesmo assim, conseguir um retorno econômico que consiga sustentar todos os participantes:

Na verdade, em lugar de vender conteúdo aos clientes os praticantes do jornalismo constroem uma relação com público baseada nos seus próprios valores, capacidade de análise e julgamentos, autoridade, coragem, profissionalismo e compromisso com a comunidade. Ao fornecer tudo isso o jornalista cria uma ligação com o público que as organizações jornalísticas então alugam aos anunciantes (KOVACH, ROSENTIEL, 2003, p.98).

Para Milhomem (2008), o interesse da sociedade em saber mais sobre a cidadania, em estar mais perto dos governantes, em saber que pode exigir seus direitos faz com que o jornalismo se interesse mais por esses assuntos, a mídia coloca os problemas sociais em cena, porque o público gosta de se sentir protegido por ela. Isso tem provocado mudanças editoriais nos jornais, e gerado mais interesse em ligar a comunidade e seus interesses com a grande mídia.

Os grandes meios de comunicação de massa, constituídos como empresas, definem os caminhos do jornalismo atual. Dão as cartas. Estabelecem as regras. Mas não se pode dizer que sejam totalmente impermeáveis a mudanças. Tanto que mudam. Aprimoram-se.

Acompanham o tempo. Até por necessidade de manterem-se no mercado. É nesse espaço que o jornalista de sólida e vasta formação pode e deve atuar, de maneira a promover a criatividade, a inovação, a consciência crítica, a cidadania (MILHOMEM, 2008).

## **6.7 Impacto na Comunidade**

De acordo com pesquisa publicada, em 4 de novembro de 2002, no site do extinto *Pew Center for Civic Journalism*, os impactos do jornalismo comunitário podem ser considerados, em sua maioria, positivos. O estudo detectou maior participação dos cidadãos nos campos comunitários, públicos e eleitorais.

Os resultados só foram vistos nas comunidades onde o jornalismo comunitário foi implementado. A pesquisa identificou também mudanças na políticas públicas das mesmas, e a criação de grupos sem fins lucrativos, ou seja, a formação de indivíduos mais interessados no avanço da comunidade em que vivem.

Para o *Pew Center*, o estudo é a prova da credibilidade do jornalismo comunitário, já que objetivo é informar e despertar a consciência cívica dos membros de uma sociedade. Apesar de a pesquisa ter aproximadamente 10 anos e ter sido aplicada apenas em municípios norte americanos, não se pode dizer que os benefícios são exclusivos aos Estados Unidos da América, uma vez que o formato tem tomado maiores proporções nos últimos anos.

## **7 PRODUÇÃO**

Eu, meu parceiro de TCC e minha orientadora decidimos que faríamos um documentário, com bastidores e ação para ilustrar nosso tema. O primeiro passo foi correr atrás de especialistas no assunto. Depois de muita pesquisa, conversas com professores e jornalistas, escolhemos o professor e pesquisador da Universidade de Brasília Luiz Martins.

Desde o primeiro contato, percebemos que havíamos acertado na escolha. Conversamos sobre o tema, vimos que ele tem muito conteúdo sobre o assunto e marcamos então uma entrevista em vídeo com ele. Foi em uma

sexta-feira (16/03/2012), fomos até o campus da Universidade de Brasília e começamos o documentário. Luiz nos deu uma aula sobre jornalismo comunitário, falou do começo e do desenvolvimento do gênero no Brasil. Foram quarenta minutos de gravação, um material rico em conteúdo e com muitas falas para usar no projeto.

Após a entrevista, feita e decupada no mesmo dia, conversamos com a nossa orientadora e mostramos tudo que tínhamos. Decidimos que começaríamos a acompanhar equipes de telejornalismo local em pautas comunitárias. Com o conteúdo da conversa com o professor Luiz, já tínhamos perguntas suficientes sobre o tema.

A primeira equipe de telejornalismo local que acompanhamos foi a do programa “Balanço Geral” da Rede Record de televisão, no dia 22/03/2012 (quinta-feira). A repórter foi a Rachel Vargas. Desde que entramos na redação acompanhamos toda a rotina da manhã, conhecemos os estúdios e fomos muito bem recebidos. Após as apresentações, fomos com a equipe cobrir uma pauta no Recanto das Emas – DF. A pauta era sobre um buraco na pista denunciado por moradores da região.

A equipe do jornal já havia mostrado o problema, no dia anterior. Rachel estava voltando ao lugar para mostrar que o buraco foi tampado e conversar com a administração. Após a entrevista fomos conversar com os representantes da administração indagando se aquele buraco tinha sido tampado apenas porque a mídia mostrou o caso. Também ouvimos outros entrevistados da jornalista. Estavam presentes três representantes da administração da cidade.

O primeiro questionamento que fizemos foi se o problema do buraco na rodovia tinha sido resolvido apenas porque a imprensa noticiou o caso, e como funciona a relação da administração regional do local com os telejornais.

Fomos embora. Ouvimos todas as gravações que tínhamos feito e escolhemos as melhores partes para o nosso trabalho. Então fomos em busca de outra equipe para acompanhar. A orientadora nos sugeriu a TV Brasília,



pois ela tem um cunho comunitário e atua bastante nessa área. Nos comunicamos com os responsáveis e marcamos com as equipes.

No dia 29/03/2012 (quinta-feira), chegamos na TV Brasília 6:30 da manhã. Conhecemos toda a estrutura, conversamos com o repórter, Carlos Capelli, apresentamos o nosso tema e falamos o que iríamos fazer. A pauta era sobre a falta de energia que estava atingindo o Distrito Federal. Fomos até Taguatinga, a entrevista seria com o diretor de assuntos estratégicos da CEB. Chegamos com a equipe e acompanhamos toda a entrevista. Após a entrevista fomos conversar com a fonte da matéria.

Para Carlos Capelli, perguntamos como funciona a relação de uma redação com o público. Questionamos como eles definem a importância de uma pauta, como ele avalia a atuação de repórteres que fazem pautas comunitárias, e os cuidados que eles têm com esse tipo de matéria. Depois disso conversamos com o diretor da CEB que Capelli foi entrevistar. Perguntamos para ele qual a influência da mídia na resolução dos problemas. A empresa costuma agilizar a resolução do problema quando a imprensa mostra?

Durante a resposta, entendemos que a pressão da mídia, mostrando, repetindo, correndo atrás, influencia nas prioridades de empresas públicas. O diretor afirmou que, quando um problema é destacado pelos meios de comunicação, em especial a televisão, é feito o conserto da atual situação para depois continuarem as demandas que estavam sendo cumpridas.

As perguntas foram basicamente as mesmas feitas na outra gravação, apenas adaptamos para a situação. Questionamos se o assunto vira prioridade quando a imprensa mostra, e se ele acha que a imprensa tem um papel positivo ao divulgar problemas como esse. Seleccionamos as melhores falas, conversamos com a orientadora e com base no que tínhamos decidimos entrevistar o editor - chefe do programa balanço geral, Ednardo Viana. Marcamos com ele, e fomos gravar no dia 02/04/2012 (segunda-feira). Fomos muito bem recebidos e logo nas primeiras palavras trocadas percebemos que ele entendia sobre o que estávamos falando.

Revisamos todo o material que tínhamos nas mãos, e percebemos que precisávamos conversar ainda com líderes comunitários. Fomos atrás e conseguimos uma voluntária da rádio comunidade do Gama – DF, Larissa Souza. Pedimos para ele nos falar se as comunidades se sentem representadas pelos telejornais locais, e ainda questionamos se eles de fato ajudam a resolver o problema da comunidade em que ela vive. Larissa afirmou que a ajuda da mídia é momentânea, quando aparece um problema na televisão o governo resolve, mas que isso não é suficiente. Segundo Larissa, a imprensa deveria ter o papel de educar os cidadãos, ensinando para eles quais são os seus direitos e que eles mesmos podem conseguí-los.

Larissa acha que ainda falta muito para a mídia prestar um serviço realmente comunitário, mas que ela está indo pelo caminho certo. Sobre a representação que a mídia faz da comunidade, a voluntária disse que nem sempre a imagem passada pelos meios de comunicação sobre a sua comunidade é verdadeira. Muitas vezes as comunidades são marginalizadas pela mídia.

Logo após a entrevista com Larissa, no mesmo dia, conversamos com a apresentadora do SBT Brasília, Neila Medeiros. O jornal que ela trabalha se afirma comunitário. Ele aborda os problemas do Distrito Federal e cidades satélites. Segundo Neila, o que dificulta para o telejornalismo prestar um serviço melhor para a comunidade é o tempo. Segundo ela, o jornal é curto e os problemas são muitos, por isso não dá para retratar fielmente todas as comunidades da cidade.

Perguntamos também para a apresentadora, que trabalha diretamente na escolha de pauta, apuração e edição das matérias, qual o serviço prestado pelo jornalismo para a sociedade e qual a função social de um jornalista. Sobre o serviço Neila afirmou que o jornal se tornou uma ouvidoria popular. As pessoas encontram no jornalismo local um meio acessível onde podem solucionar suas dúvidas, conhecer os problemas da cidade, reclamar e serem ouvidos. Para ela, isso está diretamente ligado com a função social de um jornalista. Pois quem trabalha para a sociedade precisa entender as suas necessidades e buscar soluções. Neila afirmou que as pessoas sentem

segurança no jornal local, se sentem representadas e respeitadas como um espaço popular.

Após todo o material que tínhamos faltava apenas mais um bastidor, da TV SBT. Marcamos para o dia 30/04/2012, uma segunda-feira. Fomos acompanhar o repórter Carlos Balbino, do jornal SBT Brasília. A pauta era sobre um posto policial abandonado em Sobradinho 2 (cidade satélite de Brasília). Os moradores ligaram para a redação da TV reclamando que o lugar fora abandonado e que estava virando um ponto perigoso na cidade. Pegamos todas as informações no caminho com o repórter. Chegamos ao local e vimos a situação, logo vários moradores chegaram para falar do problema com a equipe. No local, conversamos com o líder comunitário da cidade e perguntamos se a mídia tem um papel importante na comunidade, e qual esse papel. Ele salientou a importância da imprensa, e disse que é essencial para a cidade que a televisão mostre os problemas enfrentados todos os dias.

Com muitas imagens e informações, começamos a edição do material. Decupamos todos os vídeos, e montamos o roteiro. Na edição procuramos ao máximo pegar as melhores imagens e cumprir com todo o objetivo inicial do projeto.

## **8 CONCLUSÃO**

Com este trabalho procurei pesquisar sobre o jornalismo comunitário, área que tem dado espaço significativo para as pessoas participarem da construção do jornal, e também entender sobre ele, a fim de conhecer o seu processo de produção e esclarecer porque muitas vezes as notícias são como elas são.

Diversos fatores do cotidiano jornalístico interferem no modo como as informações são apuradas e como serão passadas ao público. Na minha visão, é importante conhecer todas essas interferências para enfim saber por que muitas vezes o jornal não enfatiza ou dá mais espaço para problemas sociais das comunidades.

Com o estudo percebi que os telejornais locais tem se movido mais para alcançar a comunidade. Existe uma preocupação em fazer com que o público seja participante ativo das suas notícias. Os fatores são diversos, como falado neste trabalho por alguns especialistas no assunto, a imprensa tem percebido que o público dela é notícia, e que eles valorizam bem mais o jornal quando estão dentro dele de alguma forma.

Além de ler e escutar pessoas que entendem sobre o jornalismo comunitário, a importância de ter participado, fazendo imagens e acompanhando o repórter, foi ímpar para conhecer o tema. Assim, foi possível observar de perto as dificuldades enfrentadas por eles, desde a hora que saem da redação até a apuração. Percebi que horários, trânsito, fontes e lugares são fatores que determinam como a notícia será passada para o público.

A importância do jornalismo comunitário para quem vive em comunidades de difícil acesso ao governo é enorme. As pessoas confiam na imprensa, como uma voz que elas não têm. Em todas as pautas acompanhadas, foi fácil perceber que a credibilidade de um jornal que se compromete em ajudar as pessoas aumenta consideravelmente.

Eu acredito, pessoalmente, na força que um jornal tem dentro de uma comunidade. Acredito que é possível um jornalista agir em benefício da sociedade todos os dias com seu trabalho. O jornal sempre teve força e capacidade para interferir nos problemas comunitários, com o jornalismo local, é possível prestar mais atenção nas pessoas que estão a nossa volta. Não é preciso abraçar causas nacionais, ou estar preocupado com tudo que acontece no país, é se preocupar com os vizinhos da nossa comunidade, que precisam ser ouvidos e quem tem o que falar, é fazer um papel de ouvidoria, é dar espaço que as pessoas não têm em outros meios.

Acredito em especial, e minha crença aumentou ainda mais depois deste trabalho, que o telejornalismo local é uma saída para que o bom jornalismo, com credibilidade e função social, seja sempre uma tendência e que continue crescendo e se importando com quem mais precisa.

## REFERÊNCIAS

- AMARAL, Márcia. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Contexto, 2006.
- BARBEIRO, Heródoto e LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de Telejornalismo*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério; MOTTA, Luiz Gonzaga. *A cidadania se mobiliza para monitorar a mídia*. Observatório da imprensa, 2008.  
Disponível em: <[www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br)>. Acesso: 31 mar. 2012.
- COMPARATO, DOC. *Da criação ao roteiro*. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2000.
- CURADO, Olga. *A Notícia na TV – O dia a dia de quem faz telejornalismo*. São Paulo: Alegro, 2002.
- JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu Pereira; PORCELLO, Flavio Antonio Camargo e MOTA Célia Ladeira. *Telejornalismo – A nova praça pública*. Florianópolis: Insular, 2006.
- KOVACH, Bill. *Os elementos do jornalismo: O que o jornalista deve saber e o público exigir*. São Paulo: Geração, 2003.
- MARTINS, Luiz. *Civic journalism: um gênero que no Brasil ainda não emplacou*. Observatório da imprensa, 2001.  
Disponível em: <[www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br)>. Acesso: 31 mar. 2012.
- MILHOMEM, Luciano. *Jornalismo como espaço de informação e ação*. Observatório da imprensa, 2008.  
Disponível em: <[www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br)>. Acesso: 31 mar. 2012.
- MILHOMEM, Luciano. *O remédio chamado jornalismo público*. Observatório da imprensa, 2004.  
Disponível em: <[www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br)>. Acesso: 31 mar. 2012.
- NICHOLS, Bill. *Introdução ao documentário*. 2ª Ed. Campinas, 2007.
- PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. Contexto: 2005.

PEW CENTER FOR CIVIC JOURNALISM – Disponível em:

<[www.pewcenter.org](http://www.pewcenter.org)>. Acesso em: 31 mar. 2012.

SANTOS, Márcio. *Civic Journalism no Brasil: a construção de um plano de referência para um Jornalismo Público*. ANDI – Programa de cooperação para qualificação de estudantes de jornalismo, 2007. Disponível em: <[www.informacao.andi.org.br](http://www.informacao.andi.org.br)>. Acesso: 30 mar. 2012.

THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade*. 2ª Ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

TRANQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2001.